

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

กระดาษสาเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นเมืองซึ่งนิยมทำเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัวทางภาคเหนือของประเทศไทยมาเป็นเวลาหลายร้อยปีมาแล้ว โดยเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ ลำปาง แพร่ อุดรดิตถ์ เป็นต้น ซึ่งคาดว่าได้รับอิทธิพลการผลิตมาจากประเทศจีน โดยใช้กรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม การผลิตกระดาษสาโดยส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อบันทึกเรื่องราว คัมภีร์ พุทธศาสนา และคำรายต่างๆ (มโนญ จันทรประสิทธิ์, อุตสาหกรรมสาร.2535) นับเป็นการสืบทอดศิลปวัฒนธรรมและเทคโนโลยีมาจากบรรพบุรุษ การผลิตกระดาษสาจะผลิตมาจากวัสดุธรรมชาติที่หาได้ง่ายคือ ต้นปอสา ซึ่งมีคุณสมบัติที่เด่นกว่ากระดาษประเภทอื่น คือมีความเหนียวนุ่ม ไม่แตกแฉกและกรอบ ที่สำคัญคือมีความคงทน สามารถเก็บรักษาใช้ได้นาน โดยที่แมลงไม่กัด (นงลักษณ์ จันทรสมบัติ, รายงานเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงไทย.2536) การทำกระดาษสาจะนิยมทำกันภายหลังที่เสร็จสิ้นการเก็บเกี่ยวหรือว่างเว้นจากการทำไร่ทำนา ถือเป็นอาชีพรองของครอบครัว

ในอดีตที่ผ่านมาตลาดผลิตภัณฑ์ของกระดาษสาไทยยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากคุณลักษณะของเนื้อกระดาษเป็นข้อจำกัด เช่นมีความหนาบางไม่เท่ากัน มีสิ่งสกปรกเจือปนอยู่มาก นอกจากนี้ผู้ผลิตกระดาษสายังมีน้อยราย ตลาดจึงเป็นของผู้ผลิตเป็นเหตุให้ไม่มีการแข่งขัน หรือมีการแข่งขันไม่รุนแรง และไม่เกิดแรงจูงใจให้มีการพัฒนาการผลิตให้กระดาษมีคุณภาพดีขึ้นเป็นผลให้ไม่มีการขยายตัวของตลาดอันเป็นปัญหาถูกโซ่ต่องเนื่องกันไปด้วย ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กระดาษสาได้รับความนิยมนำมาใช้ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศอุตสาหกรรม เนื่องจากมีความตื่นตัวในด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นความนิยมในตัวผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติและ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมจึงเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับผลิตภัณฑ์กระดาษสามีความหลากหลาย สามารถนำมาผลิตแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น ผลิตเป็นกระดาษห่อของขวัญ ของที่ระลึก ของประดับตกแต่งบ้าน ชุดเครื่องเขียน การ์ดอวยพร ดอกไม้ประดิษฐ์ งานศิลปะต่าง ๆ ตลอดจนถึงกระดาษใช้สำหรับห่อเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับกระดาษสาให้มีมูลค่าสูงขึ้น

อำเภอสันกำแพงจังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งหนึ่งที่มีการผลิตกระดาศาซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเป็นเวลาช้านาน โดยมีผู้ผลิตอยู่ 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ในเขตตำบลต้นเปา คือ บ้านสันต้นเปา บ้านหนองโค้ง และบ้านสันป่าคำ (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1) จากเดิมมีผู้ผลิตเพียงไม่กี่ราย และใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม กระดาศาที่ได้จะนำไปเป็นส่วนประกอบของร่มที่เป็นที่รู้จักกันดีคือร่มบ่อสร้าง และการผลิตพัด นอกจากนี้ยังใช้ในการทำไม้เทียน ทำตุ้ง และทำโคมลอย ซึ่งกระดาศาในขณะนั้นยังไม่เป็นที่นิยมของตลาดมากนัก จนกระทั่งต่อมากระดาศาและผลิตภัณฑ์กระดาศาได้มีการส่งเสริมจากหน่วยงานราชการ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยจัดอบรมการพัฒนาารูปแบบของผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการค้าส่งออก จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มีจำนวนของผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้น ความต้องการผลิตภัณฑ์กระดาศาทั้งในประเทศและต่างประเทศมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์กระดาศาจะแทรกอยู่ในมูลค่าการส่งออกกระดาศารวมซึ่งไม่สามารถแยกได้อย่างชัดเจน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้กระตุ้นให้มีการตื่นตัวของธุรกิจกระดาศา โดยจัดงาน “เสน่ห์กระดาศา” “เทศกาลของขวัญ” ในระดับท้องถิ่นเป็นประจำทุกปีเพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ผลิตได้พบกัน สำหรับตลาดสำคัญของผลิตภัณฑ์กระดาศาในต่างประเทศได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน แคนาดา ออสเตรเลีย อังกฤษ ซาอุดีอาระเบีย สิงคโปร์ ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ และญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งได้สั่งซื้อผลิตภัณฑ์กระดาศา อาทิเช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ ต้นไม้ประดิษฐ์ การ์ดต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านหรือผนัง และของขวัญของขวัญ โดยมีความนิยมสั่งซื้อต่างกัน ดังตารางที่ 1

ดอกไม้ประดิษฐ์	ต้นไม้ประดิษฐ์	การ์ดต่าง ๆ	ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านหรือผนัง	ของขวัญของขวัญ
สหรัฐอเมริกา	สหรัฐอเมริกา	สหรัฐอเมริกา	ฝรั่งเศส	ญี่ปุ่น
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	สวิตเซอร์แลนด์	
แคนาดา	สวีเดน	ออสเตรเลีย		
ออสเตรเลีย	ออสเตรเลีย			
อังกฤษ	ญี่ปุ่น			
ซาอุดีอาระเบีย	สิงคโปร์			
สิงคโปร์				

ตารางที่ 1 ตารางแสดงประเทศที่นิยมสั่งซื้อผลิตภัณฑ์กระดาศา

(ที่มา:นางลัทธณ์ จันทร์สมบัติ, รายงานเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงไทย, มกราคม .2536. หน้า 63.)

ผลิตภัณฑ์กระดาษสาจึงเป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งทางการขายตัวได้ดี เนื่องจากปริมาณการผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจกระดาษสาที่ดีต้องมีการปรับตัวให้เป็นธุรกิจขนาดกลางและเล็กหรือ SME (Small and Medium Sized Enterprises) ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งที่กระแสสังคมเห็นว่าเป็นทางรอดเศรษฐกิจของประเทศไทย (दनัย เทียนพุด ,CHULALONGKORN REVIEW, 2542) และเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานไปได้ นอกจากนี้ยังสามารถเข้าไปแข่งขันกับตลาดธุรกิจกระดาษสาทั้งในประเทศและนอกประเทศ ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสา มีความรู้และความเข้าใจวิธีการจัดการธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสา เช่น ความเข้าใจหน้าที่ทางด้านการจัดการ การจัดการการผลิต การจัดการบุคลากร การจัดการการตลาด และการจัดการการเงิน

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสาโดยใช้แนวคิดทางด้านการจัดการ รวมถึงการจัดการการดำเนินงานธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์และศึกษาถึงความพร้อมและการนำหลักทฤษฎีไปประยุกต์ใช้โดยผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสาให้สามารถปรับตัวสู่ธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสาที่มีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต และช่วยเสริมรายได้ให้กับชุมชน

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1.เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสา ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอ สันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
- 2.เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสา ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินงานของธุรกิจ (Business Operation) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมเริ่มตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า กระบวนการแปรรูป รวมไปถึงการจัดการธุรกิจ จนกระทั่งออกมาเป็นผลผลิต

การจัดการธุรกิจ (Business Management) หมายถึง การจัดการธุรกิจโดยครอบคลุมถึงหน้าที่การจัดการ การจัดการการผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการตลาด การจัดการการเงิน และการจัดการด้านสารสนเทศ

ผลิตภัณฑ์กระดาษสา (Saa Paper Product) หมายถึง การนำกระดาษที่ได้จากการแปรรูปของต้นปอสา นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่นของที่ระลึก ของประดับตกแต่งบ้าน ชุดเครื่องเขียน การ์ดอวยพร ดอกไม้ประดิษฐ์ กระดาษห่อของขวัญ

หน้าที่ทางด้านการจัดการ (Management Functions) หมายถึง หน้าที่ในการนำทรัพยากร มาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามขั้นตอนการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| 1.การวางแผน (Planning) | 2.การจัดองค์การ (Organizing) |
| 3.การชี้นำ (Leading) | 4.การควบคุม (Controlling) |

การจัดการการตลาด (Marketing Management) หมายถึง การใช้เครื่องมือทางการตลาด หรือการใช้ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| 1.ผลิตภัณฑ์ (Product) | 2.ราคา (Price) |
| 3.การจัดจำหน่าย (Place) | 4.การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) |

การจัดการการผลิต (Production Management) หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงสภาพ ของปอสาเป็นกระดาษสา และกระบวนการเปลี่ยนแปลงกระดาษสาเป็นผลิตภัณฑ์กระดาษสา

การจัดการการเงิน (Finance Management) หมายถึง การบริหารการจัดการที่ครอบคลุม กิจกรรมหลัก 2 ประการ คือ การจัดหาเงินทุนและการใช้เงินทุน

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management) หมายถึง กระบวนการ ที่ผู้บริหารใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินการสรรหา คัดเลือก และบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติ เหมาะสมกับการปฏิบัติงานขององค์กร รวมถึงการมุ่งที่จะธำรงรักษามูลค่ากรให้ปฏิบัติงานกับองค์กร ได้อย่างดี

ธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสา หมายถึง ธุรกิจที่นำกระดาษสาที่ได้จากการแปรรูปของต้นปอ สานำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่นของที่ระลึก ของประดับตกแต่งบ้าน ชุดเครื่องเขียน การ์ดอวยพร ดอกไม้ประดิษฐ์ กระดาษห่อของขวัญ โดยจะศึกษาเฉพาะสถานประกอบการที่มีป้าย ชี้อร้าน

อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) ความหมายของกระทรวงอุตสาหกรรม โดย แบ่งเกณฑ์อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นปัจจัยหลักดังนี้

- อุตสาหกรรมขนาดเล็กคืออุตสาหกรรมที่มีการจ้างงาน 50 คน หรือน้อยกว่า
- อุตสาหกรรมขนาดกลางคืออุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานมากกว่า 50 คน
- แต่น้อยกว่า 200 คน

ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน หมายถึง ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในด้านต่อไปนี

- ด้านการจัดการ เช่น การวางแผน การจัด โครงสร้างองค์กร การจัดการทรัพยากรมนุษย์
- ด้านการตลาด เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย
- ด้านการเงิน เช่น การจัดการเงินทุน การจัดหาแหล่งเงินทุน

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

ทำให้ทราบถึงหลักการจัดการที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสาของผู้ประกอบการในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ว่ามีการนำหลักการจัดการ ไปประยุกต์ใช้ อย่างไรเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาส่งเสริมธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสาให้มีการปรับตัวสู่ธุรกิจที่มีความพร้อมในการแข่งขันได้ในอนาคต และเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการที่มีธุรกิจลักษณะใกล้เคียงหรือผู้ที่มีความสนใจนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ กับธุรกิจของตนเองหรือกับชุมชนได้ในอนาคต

ในด้านวิชาการ ผลจากการวิจัยจะทำให้ทราบถึงวิธีการจัดการธุรกิจที่เจ้าของธุรกิจผลิตภัณฑ์กระดาษสาใช้ในการจัดการซึ่งกระทำติดต่อกันมานาน และในการดำเนินงานนั้นมีปัญหาและอุปสรรคใด เพื่อจะนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาธุรกิจให้สามารถปรับตัวได้ภายใต้สภาพการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง